

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022). Rata-rata Waktu yang Dhabiskan Pengguna Internet untuk Gunakan Media Sosial (Januari 2022). Diakses pada 04 Juli 2022 jam 16.00, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/berapa-lamamasyarakat-global-akses-medsos-setiap-hari>
- Ardianti, A. N. dan Widiartanto, W. 2019. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 8(2). 55-66.
- Candra Salea, Lapian, S. L. H. V. J., dan Tielung, M. V. J. 2021. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Restoran Cepat Saji KFC Bahu Manado pada Masa Covid-19*. Vol 9, No 4.
- Daulay, N. 2019. *Pengaruh Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee*. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatra Utara
- Davis, A. 2017. *Strategic Market Management, (Fourth ed)*. John Wiley & Sons.Inc
- Dedhy. 2017. *Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor*. Vol 14, No 1
- Julianti. 2019. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Online Marketplace (Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian)*. Vol.8 no.1.

- Megawati, N. 2018. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Pembelian pada Online Shop (Studi Kasus: Pelanggan Online Shop Lazada pada Mahasiswa FEB UNILA)*. BandarLampung: Universitas Lampung.
- Anas, Ahmad Aulia, and Tri Sudarwanto. 2020. "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Store Royal Plaza Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8(3): 953–58.
- Mokodompit, Hana Yoflike, S. L. H. V Joyce Lopian, and Ferdy Roring. 2022. "Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat)." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10(3): 975.
- Shafa, Pradika Muthiya, and Jusuf Hariyanto. 2020. "Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee." *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*: 1–18.
- Shafwah, Allya Dina et al. 2024. "Pengaruh Pemasaran Digital Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Di E- Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran)." 5(3): 135–47.
- Siregar, Gebriela Stephanie. 2020. "Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputan Pembelian Scarlett Whitening Pada Media Sosial Instagram." *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah* 3(01): 35–51.
- Schiffman, 1.G. dan Kanuk, Leslie L. 2013. *Consumer Behavior*. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., Gandasari, D., Purba, S., Muliana, Ashoer, M., Tjiptadi, D. D., Hendra, Simarmata, H. M. P., Berlien, R., & Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran (A. Karim, Ed.)*. Yayasan Kita Menulis.
- Hartanto, Bobby & Indriyani, Leni. (2022). *Minat Beli Di Marketplace Shopee. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional*

- Wahyudi, T., Rinuastuti, B. H., & Sarmo, S. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop. *Jurnal Riset Manajemen*, 19(1), 1-7.
- Arfah Yenni. 2022. Keputusan Pembelian Produk. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Sawlani, D. K. (2021). Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan. *Surabaya: Scopindo Media Pustaka*.
- Kotler, P., Kevin, L.K. (2021). Intisari Manajemen Pemasaran. *Yogyakarta: Penerbit Andi*.
- Nuryama, Rauf. 2022. Jumlah Pengguna YouTube di Indonesia pada 2022. Diakses pada 10 Juni 2022, dari <https://www.tinewss.com/indonesia-news/pr-1853617916/jumlah-pengguna-youtube-diindonesia-pada-2022>